

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN, FAKTOR PSIKOLOGI, DAN  
LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN  
MENGUNJUNGI OBJEK WISATA GOA JLAMPRONG YOGYAKARTA**

*THE INFLUENCE OF MARKETING MIX, PSYCHOLOGY FACTOR, AND  
SOCIAL ENVIRONMENTAL ON THE DECISION OF TOURISTS VISIT  
THE CAVE JLAMPRONG YOGYAKARTA*



Oleh  
NURUL AZIZAH  
20110410130

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2016**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN, FAKTOR PSIKOLOGI, DAN  
LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN  
MENGUNJUNGI OBJEK WISATA GOA JLAMPRONG YOGYAKARTA**

***THE INFLUENCE OF MARKETING MIX, PSYCHOLOGY FACTOR, AND  
SOCIAL ENVIRONMENTAL ON THE DECISION OF TOURISTS VISIT  
THE CAVE JLAMPRONG YOGYAKARTA***

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada  
Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh

NURUL AZIZAH

2011 0410 130

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2016**